Федоров А.В. Насколько в России необходимо медиаобразование школьников? // Школьные технологии. 2013. № 4. С.14-17.

А.В.Федоров,
доктор педагогических наук, профессор,
проректор по научной работе
Таганрогского государственного педагогического института имени А.П.Чехова,
президент Ассоциации медиапедагогики России,
mediashkola@rambler.ru

Насколько в России необходимо медиаобразование школьников? *

* Финансирование исследования выполнено при поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации в рамках реализации федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009 – 2013 годы, соглашение 14.B37.21.2002 по теме «Тенденции развития светского и теологического медиаобразования в России и за рубежом» (2012-2013).

Введение. Необходимо ли в России медиаобразование школьников? Тем педагогам, кто на практике уже дано занимается медиаобразованием, этот вопрос покажется риторическим. Однако в обществе по этому поводу высказываются самые разные мнения, включая резко отрицательные.

Против медиаобразования школьников обычно выступают люди, считающие, что оно станет непосильным грузом для учителей и школьников, а те учащиеся, кто все-таки захочет быть медиаграмотным/медиакомпетентным, сможет достичь этого путем самообразования.

В целом в обществе доминирует устоявшееся мнение, что психическое и нравственное здоровье молодежи под угрозой, а эффективных способов самозащиты у нее нет [См. результаты социологического опроса в: Федоров, 2005, с.259-277]. Взрослые ничем не могут помочь, кроме как возмущаться медийной безнравственностью, да пытаться привить классические образцы культуры через традиционные школьные уроки литературы, музыки, изобразительного искусства им т.п. (хотя хорошо известно, что классика, она потому и классика, что при всем к ней уважении, она апеллирует к другой реальности – реальности прошлого, которую современным школьникам бывает сложно соотнести со своей повседневной жизнью).

В пользу «защитного» медиаобразования» обычно высказываются взрослые, обеспокоенные проблемой психологической безопасности и способности сопротивляться наплыву медийной (нередко весьма негативного свойства) информации, хотя, разумеется, медиаобразование решает и много других проблем – образовательных, социокультурных. Негативным влиянием медиа на подрастающее поколение обеспокоено и Российское правительство. Главный результат этой государственной позиции – действующий с 1 сентября 2012 года Закон РФ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

Не меньше Российского правительства обеспокоены и многие российские учителя и родители школьников: и устно и письменно они не перестают обвинять кинематограф, телевидение, рекламу и интернет в пропаганде дурных нравов, насилия и прочих грехах.

Но можно ли исправить ситуацию одними лишь запретами и ограничениями в медийной сфере?

Что такое медиаобразование, и почему оно необходимо? Медиаобразование в современном мире помогает человеку активно использовать возможности информационного поля телевидения, радио, видео, кинематографа, прессы, Интернета, помогает ему лучше понять язык медиакультуры. Оно делает человека медиакомпетентным, то есть способным полноценно воспринимать, анализировать и оценивать (на базе развитого аналитического мышления) произведения медиакультуры, использовать различные виды медийной техники, создавать и распространять медиатексты (в области прессы, Интернета, кино и пр.) самому, конечно же, способным осознанно противостоять негативным медийным влияниям [см. различные формулировки определений медиаобразования в: Журин, 2012; Зазнобина, 1998; Фатеева, 2007; Федоров, 2000; Федоров, Левицкая, 2011; Шариков, 1991 и др.].

В Канаде и Австралии, например, давно уже поняли, что путь опоры только на запреты – тупиковый, и медиаобразование включено там в образовательную программу средней школы с 1 по 12 класс. В 2000-х годах этому примеру последовали и такие восточно-европейские страны как Венгрия, Чехия и Словакия. Семимильными шагами движется в этом направлении Украина. При этом в странах, где медиаобразование в школе обязательно, успешно решаются проблемы медийной безопасности личности: программы курсов содержат специальные разделы, связанные с правилами безопасного поведения учащихся разных возрастов в Интернете, в них подробно рассказывается о том, с какими типами негативных явлений в сфере медиа школьники могу столкнуться и т.д.

К сожалению, Россия, несмотря на накопленный большой теоретический и методический опыт вводить обязательное школьное медиаобразование пока не торопится. Ну, разве что министр образования и науки РФ Д.Ливанов обещал ввести кинофакультатив «100 фильмов для школы» с 1 сентября 2013. Одна из причин тому – опасения начальства и самих учителей, что медиаобразование ляжет дополнительной нагрузкой на и так перегруженных учащихся и педагогов.

Но так ли это? Быть может, медиаобразование все-таки можно успешно интегрировать в традиционные обязательные школьные дисциплины? А в дополнение к этому ввести и факультативные курсы по выбору?

К примеру, профессор А.А. Журин (Российская Академия образования) в своей книге «Интегрированное медиаобразование в средней школе» показывает массу конкретных примеров, когда научно безграмотная реклама и прочие «плоды творчества» телевидения и Интернета предоставляет великолепные образцы для критического разбора на самых разных уроках [Журин, 2012].

В книге А.А. Журина анализируются грубейшие медийные подтасовки, грубо искажающие законы химии, физики, биологии и других наук. Учитель, прочитавший данное учебное издание, получит современные знания о методических приемах медиаобразования, интегрированного в базовые школьные дисциплины: о работе с печатным текстом, о формировании аналитического мышления школьников, о технологии обучения учащихся созданию собственных медийных сообщений, о способах проверки знаний и умений аудитории.

В частности, А.А. Журин приводит массу примеров, когда российские СМИ под видом научной успешно внедряют в создание аудитории ложную информацию. Так «13 мая 1999 г. телеканал «ТВ-Центр» показал научно-популярный фильм «Вижу с закрытыми глазами, или ключ к сверхсознанияю»… В нем авторы приводят «достоверный» факт: Д.И. Менделеев увидел Периодическую систему во сне. На самом деле ни одного достоверного доказательства этого факта, кроме живучей легенды, которая, соре всего, была «запущена» противниками периодического закона или завистниками Д.И. Менделеева» [Журин, 2012, с.234].

Да и сегодня ситуация с «научностью» медийной информации ничуть не лучше. Скажем, на телеэкране возникает реклама какого-нибудь моющего средства для ковров, где говорится про каких-то «ужасных», водящихся в ворсе «сапрофитов». Этими сапрофитами, судя по ролику, оказывались какие-то пауки – существа более высокого порядка развития, к тому же не сапрофиты, а хищники по способу питания (!?).

Понятно, что еще большие манипулятивные возможности таит в себе псевдонаучная трактовка в СМИ исторических фактов, политических событий и т.п. [Шариков, 2005].

Бесспорно, манипулятивное воздействие медиа на аудиторию осуществляется на разных уровнях. Попробую выделить некоторые из них:

- психофизиологический уровень воздействия на простейшие эмоции, когда на подсознательном уровне вместе с действиями персонажа медиатекста принимается и мир, в котором, к примеру, цель оправдывает средства, а жестокость и насилие воспринимаются, как нечто естественное;
- социально-психологический уровень, основанный во многом на эффекте компенсации, когда читателю, слушателю, зрителю дается иллюзия осуществления своих заветных желаний путем идентификации с персонажем медиатекста;
- информационный уровень, суть которого в отражении полезных для аудитории утилитарно-бытовых сведений: как преуспеть в любви, избежать опасности, суметь постоять за себя в критической ситуации и т.п.
- эстетический уровень, рассчитанный на «продвинутую» часть аудитории, для которой формальное мастерство создателей медиатекста может служить основой для оправдания, к примеру, натуралистического изображения насилия и агрессии, если они поданы «эстетизированно», «неоднозначно», «амбивалентно» и т.д.

Манипулятивное воздействие медиа опирается также на такие широко известные факторы, как стандартизация, мозаичность, серийность, фольклорность (волшебное могущество персонажей, постоянство метафор, символов, счастливый финал и т.д.). При этом используется два вида механизмов работы сознания – идентификация (отождествление, подражание) и компенсация («проекция»).

Сравнивая основные приемы манипулятивного воздействия медиа на аудиторию, на уроках со школьниками можно использовать следующую типологию:

- «оркестровка» - психологическое давление в форме постоянного повторения тех или иных фактов вне зависимости от истины;
- «селекция» («подтасовка») – отбор определенных тенденций – к примеру, только позитивных или негативных, искажение, преувеличение (преуменьшение) данных тенденций;
- «наведение румян» (приукрашивание фактов);
- «приклеивание ярлыков» (например, обвинительных, обидных и т.д.);
- «трансфер» («проекция») – перенос каких-либо качеств (положительных, отрицательных) на другое явление (или человека);
- «свидетельство» – ссылка (не обязательно корректная) на авторитеты с целью оправдать то или иное действие, тот или иной лозунг;
- «игра в простонародность», включающая, к примеру, максимально упрощенную форму подачи информации.

Идеальная аудитория, на которую эффективно воздействуют такого рода манипулятивные приемы, - люди, лишенные аналитического мышления по отношению к медиатекстам, не понимающие разницы, между рекламой и развлечением. Вот почему очень часто действие медиатекста организовано в виде калейдоскопа, мозаики динамичной смены ритмически четко организованных эпизодов.

Каждый из них не может длиться долго (чтобы фактура не наскучила зрителям), обладает некой информативностью, активно опирается на эффект компенсации, воздействует на эмоционально-инстинктивную сферу человеческого сознания.

Исходя из вышеизложенного, нами разработана следующая последовательность развития «антиманипулятивного» аналитического мышления аудитории на медиаматериале:

- знакомство учащихся с основными целями манипулятивного воздействия на материале медиа;
- выявление и показ социально-психологических механизмов, используемых авторами медиатекстов, ориентированных на манипулятивный эффект;
- показ и анализ методов и приемов, которыми создатели того или иного медиатекста пытаются добиться нужного им эффекта;
- попытка разобраться в логике авторского мышления, выявление авторской концепции, оценка аудиторией данной концепции медиатекста.

Разумеется, такой подход в проведении медиаобразовательных занятий полезен при определенных условиях. Прежде всего, он должен опираться на предварительное знакомство аудитории с типичными целями и приемами манипулятивного воздействия медиа, что значительно облегчает дальнейший процесс занятий.

При проблемном анализе медиатекстов со школьниками можно использовать различные методические приемы:

- «просеивание» информации (аргументированное выделение истинного и ложного в материалах прессы, телевидения, радио и т.д., очищение информации от «румян» и «ярлыков» путем сопоставления с действительными фактами и т.д.);
- снятие с информации ореола «типичности», «простонародности», «авторитетности»;
- анализ целей, интересов источника информации;

Конечно, если для анализа выбран не информационный телевыпуск, а художественный медиатекст, учитываются особенности художественной структуры произведения. В противном случае не будет ощущаться разница между, скажем, конкретной политической акций в реальной действительности и более многогранным воздействием произведения искусства [Федоров, 2009; Хилько, 2004; Шариков, 1991].

Таким образом, медиаобразование школьников может оказать реальную помощь педагогическому процессу в целом – как в интегрированному виде, так и в факультативном, кружковом. Что касается технических возможностей внедрения медиаобразования, то они есть сегодня практически во всех средних школах (мониторы, компьютеры, Интернет, проекторы и пр.; нужное программное обеспечение есть в свободном доступе). Мало того, все эти возможности давно используются в базовых дисциплинах, когда с помощью медийной техники иллюстрируется материал урока.

Но медиаобразование – это не технические средства обучения, не наглядное пособие. Это – коммуникативный процесс развития личности в современном медийном мире. И этот процесс можно начать с простого – с просмотра и обсуждения (по заранее подготовленному учителем плану) коротких роликов, записанных учителем из теле/интернет-источников, творческих заданий, связанных с созданием школьниками собственных медиатекстов (например, цифровых фото, видео, записанных на мобильный телефон) и пр.

Подробности об этом можно узнать из книг и статей, размещенных на ключевых сайтах по медиаобразованию. Еще один путь - медиаобразовательные курсы повышения квалификации для учителей

Выводы. Найдется ли для медиаобразования место в российских школьных стандартах? Если читать их внимательно уже сегодня, можно легко обнаружить, что медиаобразовательные умения заложены туда уже сегодня (здесь и поиск нужной информации в источниках разных типов, и извлечение смыслов из полученной информации, ее анализ, и создание информационных сообщений/продуктов и пр.). И эти возможности медиаобразования, на наш взгляд, можно и нужно использовать в рамках конкретных школьных дисциплин.

Литература

Журин А.А. *Интегрированное медиаобразование в средней школе*. М.: БИНОМ, 2012. 405 с.
Зазнобина Л.С. Стандарт медиаобразования, интегрированного с различными школьными дисциплинами // *Стандарты и мониторинг в образовании*. 1998. N 3. С. 26-34.
Фатеева И.А. *Медиаобразование: теоретические основы и опыт реализации*. Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2007. 270 с.
Федоров А.В. Научные исследования в области медиаобразования в России (1960–2008) // *Инновации в образовании*. 2009. № 3. С.53-117.
Федоров А.В. Отношение учителей к проблеме медиаобразования школьников // *Образование в пространстве культуры*. Вып.2. / Отв.ред. И.М.Быховская. М.: Изд-во Российского ин-та культурологии, 2005. С.259-277.
Федоров А.В. Терминология медиаобразования // *Искусство и образование*. 2000. № 2. С. 33-38.
Федоров А.В., Левицкая А.А. *Массовое медиаобразование в мире: прошлое и настоящее.* Saarbrucken (Germany): Lambert Academic Publishing, 2011. 616 с.
Хилько Н.Ф. *Развитие аудиовизуальных творческих способностей: психологические и социокультурные аспекты*. Омск: Сиб. фи-л Российского ин-та культурологии, 2004. 158 с.
Шариков А.В. *Медиаобразование: мировой и отечественный опыт.* М.: Изд-во Академии педагогических наук СССР, 1991. 66 с.
Шариков А.В. Социальная безответственность телевидения в России // *Телефорум*. 2005. №1. С.100-105. №2. С.137-140.

Ключевые сайты по медиаобразованию:
http://eduof.ru/mediaeducation/ – Российский общеобразовательный портал. Ассоциация кинообразования и медиапедагогики России
http://eduof.ru/medialibrary - Электронная библиотека «Медиаобразование»
http://eduof.ru/medialibrary/default.asp?ob_no=34437 - журнал «Медиаобразование»
http://www.mediagram.ru – Информационная грамотность и медиаобразование
http://eduof.ru/mediacompetence - Электронная энциклопедия «Медиаобразование и медиакультура»
http://window.edu.ru – Единое окно доступа к образовательным ресурсам (поиск статей и книг по медиаобразованию по ключевому слову – медиаобразование).

Насколько в России необходимо медиаобразование школьников?

Аннотация. В статье дается анализ процессов современной ситуации медиаобразования школьников в России, прослеживаются характерные тенденции, факторы, актуальность.

Ключевые слова: медиаобразование, школьники, учащиеся, медиакомпетентность.

Prof. Dr. Alexander Fedorov,
president of Russian Association for Media Education,
vice-rector of Anton Chekhov Taganrog State Pedagogical Institute,
mediashkola@rambler.ru

Media education for Russian School Children: is it necessary?

Abstract. The paper analyzes the processes of the present situation in the Russian media education in schools, traced typical trends, the factors of relevance.

Keywords: media education, school children, pupils, media competence.